



21 février 2017

## Ventes et résultats 2016

1

### 2016 : des performances record

- Ventes : 5 000 M€, + 4,8 % et + 6,1 % à tpc\*
- Résultat Opérationnel d'Activité : 505 M€, + 18 % et + 47 % à tpc\*
- Résultat net : 259 M€, + 26 %
- Génération de trésorerie d'exploitation de 452 M€
- Dividende proposé à l'Assemblée Générale : 1,72 €, +11,7 %

\* tpc : à taux de change et périmètre constants

#### **Déclaration de Thierry de La Tour d'Artaise, Président-Directeur Général du Groupe SEB :**

« 2016 est une grande année pour le Groupe SEB.

Elle s'achève sur des performances record : nous avons atteint le seuil de 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, dépassé ceux de 500 M€ de Résultat Opérationnel d'Activité et de 250 M€ de Résultat net. Nous avons généré plus de 450 M€ de trésorerie d'exploitation.

2016 a été aussi une année d'acquisitions stratégiques et transformantes. WMF nous permet de devenir le leader mondial du marché très porteur et rentable des machines à café professionnelles, renforce très significativement nos positions en Allemagne et consolide notre leadership mondial en petit équipement domestique. Conjugué à EMSA, WMF nous donne également une taille critique sur le marché mondial des ustensiles et accessoires de cuisine. Dans sa nouvelle configuration, le Groupe SEB représente un chiffre d'affaires supérieur à 6 milliards d'euros et un Résultat Opérationnel d'Activité de 600 millions d'euros.

En 2017, le Groupe vise une nouvelle croissance organique de ses ventes et une progression de son Résultat Opérationnel d'Activité, tant sur son périmètre 2016 que dans sa nouvelle configuration.

Je tiens à remercier toutes les équipes du Groupe qui ont œuvré à la réalisation de ces performances record et à la réussite de ces acquisitions. Leur professionnalisme et leur engagement sont déterminants dans notre succès. »



Mieux Vivre

Communiqué de presse ●

2

Résultats consolidés (en M€)	2015	2016	Variations 2015/2016 Parités courantes
Ventes	4 770	<b>5 000</b>	<b>+ 4,8 %</b>
<i>Croissance à tpc*</i>			+ 6,1 %
Résultat Opérationnel d'Activité	428	<b>505</b>	<b>+ 18,0 %</b>
<i>Croissance à tpc*</i>			+ 47,0 %
Résultat d'exploitation	371	<b>426</b>	<b>+ 14,8 %</b>
Résultat net part du Groupe	206	<b>259</b>	<b>+ 25,6 %</b>
Dette financière nette au 31/12	316	<b>2 019</b>	<b>+ 1 703 (M€)</b>
Résultat net dilué par action (€)	4,14	<b>5,15</b>	<b>+ 24,4 %</b>
Dividende proposé à l'AG (en €)	1,54	<b>1,72</b>	<b>+11,7 %</b>

*\*tpc : taux de change et périmètre constants*

*Chiffres arrondis en M€  
% calculés sur chiffres non arrondis*

## COMMENTAIRES GENERAUX SUR LES VENTES

Après 2015, l'année 2016 a continué à être marquée par un environnement incertain et contrasté ainsi que par la volatilité des parités monétaires : renforcement du dollar et du real brésilien face à l'euro, dépréciation de la livre sterling après le vote du BREXIT, de la plupart des devises sud-américaines, du yuan, de la livre turque...

Dans cet environnement, le Groupe SEB a, pour la première fois, atteint la barre des 5 milliards d'euros de ventes, en progression de 4,8 % à parités courantes et de 6,1 % à structure et parités constantes, excluant un effet devises de -122 M€ et un effet périmètre de + 60 M€ (8 mois complémentaires d'OBH Nordica, acquise en 2015, et 6 mois d'EMSA).

Cette performance est d'autant plus remarquable qu'elle se compare à une excellente année 2015 (croissance organique de 8 %). Toutes les catégories de produits ont contribué à cette progression, l'entretien de la maison (aspirateurs), le confort domestique (ventilateurs, purificateurs d'air), la cuisson électrique (cuseurs à riz, autocuiseurs électriques et multicuiseurs, grille-pain...) et la préparation des boissons (machines à café, bouilloires) affichant des taux de croissance supérieurs à ceux du Groupe.

Il est à noter que WMF, dont l'acquisition a été finalisée le 30 novembre, n'est pas consolidée dans le compte de résultat du Groupe SEB en 2016.



Mieux Vivre

Communiqué de presse ●

## DETAIL DE L'ACTIVITE PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

	Ventes en M€	2015	2016	Variation 2016/2015	
				Parités courantes	tcpc*
<b>EMEA</b>		<b>2 344</b>	<b>2 495</b>	<b>+ 6,4 %</b>	<b>+ 5,6 %</b>
Europe occidentale		1 736	1 834	+ 5,6 %	+ 3,1 %
Autres pays		608	661	+ 8,7 %	+ 12,7 %
<b>AMERIQUES</b>		<b>973</b>	<b>919</b>	<b>- 5,5 %</b>	<b>- 1,8 %</b>
Amérique du Nord		599	564	- 5,9 %	- 4,0 %
Amérique du Sud		374	355	- 5,0 %	+ 1,8 %
<b>ASIE</b>		<b>1 453</b>	<b>1 586</b>	<b>+ 9,2 %</b>	<b>+ 12,3 %</b>
Chine		1 020	1 122	+ 10,0 %	+ 15,4 %
Autres pays		433	464	+ 7,1 %	+ 4,8 %
<b>TOTAL</b>		<b>4 770</b>	<b>5 000</b>	<b>+ 4,8 %</b>	<b>+ 6,1 %</b>

\*tcpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

	Ventes en M€	4 <sup>e</sup> trimestre 2015	4 <sup>e</sup> trimestre 2016	Variation 2016/2015	
				Parités courantes	tcpc*
<b>EMEA</b>		<b>858</b>	<b>910</b>	<b>+ 6,0 %</b>	<b>+ 4,8 %</b>
Europe occidentale		669	687	+ 2,7 %	+ 0,7 %
Autres pays		189	223	+ 17,7 %	+ 19,5 %
<b>AMERIQUES</b>		<b>291</b>	<b>301</b>	<b>+ 3,4 %</b>	<b>+ 0,1 %</b>
Amérique du Nord		192	189	- 1,9 %	- 1,5 %
Amérique du Sud		99	112	+ 13,8 %	+ 3,1 %
<b>ASIE</b>		<b>380</b>	<b>421</b>	<b>+ 10,8 %</b>	<b>+ 13,3 %</b>
Chine		251	278	+ 10,9 %	+ 17,1 %
Autres pays		129	143	+ 10,5 %	+ 6,0 %
<b>TOTAL</b>		<b>1 529</b>	<b>1 632</b>	<b>+ 6,7 %</b>	<b>+ 6,0 %</b>

\*tcpc : taux de change et périmètre constants

Chiffres arrondis en M€

% calculés sur chiffres non arrondis

Les chiffres et les informations donnés par zone géographique sont présentés sur la base de la nouvelle organisation mise en place en septembre 2015. Les données 2015 ont été retraitées en conséquence.



## VENTES PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

EMEA

4

### EUROPE OCCIDENTALE

Le marché européen du petit électroménager est resté globalement bien orienté en 2016, progressant, en particulier au 1er semestre, dans la majorité des pays, à l'exception notable du Royaume-Uni. La situation s'est avérée plus contrastée au plan des catégories de produits : croissance en entretien des sols, cuisson électrique, préparation des boissons et soin de la personne, contre une tendance baissière en soin du linge et en préparation des aliments. Dans les articles culinaires, le marché, en légère baisse sur l'année, a été assez changeant selon les périodes et les pays, en lien, souvent, avec les programmes de fidélisation. Dans ce contexte, les ventes 2016 du Groupe en Europe occidentale ont progressé de 5,6 % sur l'année, incluant un effet positif de la consolidation sur 6 mois d'EMSA et sur 8 mois complémentaires d'OBH Nordica ; à structure et parités constantes, elles sont en hausse de 3,1 % à l'issue d'un 4e trimestre en croissance de +0,7 %. Ces performances doivent être mises en perspective d'un historique 2015 exigeant, avec une croissance organique respectivement de +7,7 % pour l'année et +9,1 % pour le 4e trimestre.

En France, le chiffre d'affaires du Groupe s'est établi à 780 M€, en croissance de 5,5 % par rapport à 2015. Le 4e trimestre, en progression de 4,1 %, a été porté par le petit électroménager et par des opérations de fidélisation en articles culinaires. Parmi les contributions majeures à la vitalité de l'activité de 2016, on citera en particulier Cookeo, qui confirme son grand succès, tant en version classique que connectée, les aspirateurs (traîneaux, balais et Steam & Clean, nouvellement lancé) ainsi que les robots cuiseurs et chauffants Cuisine Companion et Soup & Co.

Dans les autres pays d'Europe Occidentale, le Groupe a réalisé une bonne année, avec toutefois des performances hétérogènes selon les pays. En Allemagne, les ventes sont en croissance soutenue malgré une fin d'année pénalisée par la non-réurrence d'importants programmes de fidélisation. L'activité courante a été excellente dans la quasi-totalité des catégories de produits, avec une forte dynamique confirmée en aspirateurs, cafetières espresso automatiques, friteuses ou encore OptiGrill, alimentée par d'importants moyens moteurs. En Italie, à l'issue d'un second semestre vigoureux, tiré en particulier par les aspirateurs, le repassage et une nouvelle opération spéciale sur Cuisine Companion, le chiffre d'affaires 2016 est en solide progression. Cette même dynamique a également prévalu en Espagne. Au Royaume-Uni, dans un contexte de marché marqué ces derniers mois par des annonces de hausses de prix, le Groupe affiche une baisse de ses ventes 2016 à parités constantes.

### AUTRES PAYS

Dans les autres pays d'EMEA, le Groupe a réalisé en 2016 de très belles performances, qui se sont améliorées au fil de l'année ; à l'issue d'un 4e trimestre qui se termine sur une croissance organique de +19,5 %, en nette accélération par rapport au 3e trimestre (+13,1 %), les ventes de l'exercice progressent de 12,7 % à taux de change et périmètre constants. Comme au 3e trimestre, cette dynamique est tirée par les grands marchés qui ont continué à enregistrer des croissances à deux chiffres.

C'est notamment le cas en Pologne et dans les Balkans, où 2016 a été une année de records et de renforcement marqué de nos positions. En Russie, après deux années de récession sévère, le marché a



Mieux Vivre

Communiqué de presse ●

5

commencé à se redresser à partir de l'été. La croissance organique de nos ventes est de l'ordre de 20 % sur l'année, alimentée par des volumes en nette progression pour la quasi-totalité des familles de produits, par une politique tarifaire adaptée et des moyens accrus en magasin. Cette vitalité s'est traduite par des gains de parts de marché substantiels. La situation a été très similaire en Ukraine. En Turquie, en dépit du contexte, difficile, et de la dépréciation continue de la livre turque, le chiffre d'affaires du Groupe a progressé à deux chiffres en devise locale tout au long de l'année, grâce notamment à de très belles avancées en aspirateurs, en articles culinaires et en soin de la personne. La dynamique a été largement portée par l'essor des ventes en ligne. Au Moyen-Orient et en Egypte, l'activité 2016 a été très positive mais marquée par une grande volatilité et par la dépréciation forte de la livre égyptienne en fin d'année. En Inde, malgré un 4<sup>e</sup> trimestre pénalisé par les effets de la démonétisation des grosses coupures, le Groupe termine l'année en croissance organique modérée.

## AMERIQUES

### AMERIQUE DU NORD

2016 a été pour le Groupe dans cette zone une année en demi-teinte. Après un 1<sup>er</sup> semestre difficile, l'activité s'était sensiblement améliorée au 3<sup>e</sup> trimestre, mais n'a malheureusement pas confirmé cette tendance positive sur les 3 derniers mois. La baisse des ventes de 4 % à taux de change et périmètre constants sur l'année est cependant à mettre en perspective d'une base de comparaison 2015 élevée. Aux Etats-Unis, le recul s'explique par l'accumulation de plusieurs facteurs défavorables : déstockage et limitation des stocks chez la majorité des distributeurs, développement de marques propres, adaptation de la politique commerciale du Groupe aux difficultés financières de quelques clients et non-reconduction d'opérations promotionnelles 2015. Le tassement est principalement à mettre au compte de l'activité cœur de gamme de T-Fal alors qu'All-Clad a réalisé des ventes en croissance à deux chiffres, nourries par l'extension de la distribution de ses gammes anodisées, par le développement de l'activité en ligne et par l'amélioration continue de la compétitivité de l'usine de Canonsburg. Rowenta pour sa part a signé une belle année en repassage, grâce notamment au succès des nouveaux modèles de fers et au développement des défroisseurs.

Au Canada, dans une conjoncture atone et un contexte monétaire ayant conduit à des hausses de prix, le Groupe a réalisé une année contrastée entre retrait sensible au premier semestre et légère croissance au second - portée notamment par le repassage et Actifry -, qui n'a toutefois pas compensé le retard enregistré à fin juin. Au Mexique, malgré les hausses de prix passées pour compenser l'affaiblissement du peso, l'activité hors programmes de fidélisation a été très satisfaisante, tant dans les articles culinaires, toutes familles confondues, qu'en petit électroménager, avec une mention spéciale pour le soin du linge, les cafetières filtres et les bouilloires, ainsi que le lancement très prometteur des blenders, le segment le plus important du marché.

## AMERIQUE DU SUD

Dans un environnement général tendu, peu propice à la consommation et marqué par la dépréciation généralisée des devises du continent à l'exception du real, le Groupe termine 2016 avec une croissance organique de 1,8 %, incluant un 4<sup>e</sup> trimestre à + 3,1 %. Cette progression est toutefois composée de performances disparates selon les pays et les périodes.

Au Brésil, la conjoncture durablement dégradée s'est traduite par des déstockages importants de la part des distributeurs et par une multiplication des offres promotionnelles pour atténuer l'effet des hausses de prix mises en place. Pour le Groupe, l'activité a finalement été plutôt résiliente, avec une fin de l'année, en particulier, qui a bénéficié de meilleures conditions météorologiques, favorables aux ventes de ventilateurs, et d'une bonne dynamique en soin du linge, tirée par les machines à laver semi-automatiques. A contrario, l'activité a continué à souffrir d'un historique 2015 exceptionnel sur Dolce Gusto et est restée en retrait sensible en articles culinaires. La réorganisation en cours, qui s'appuie notamment sur le transfert progressif, déjà bien engagé, de la production de petit électroménager du site historique de São Paulo vers l'usine nouvellement construite d'Itatiaia dans l'état de Rio, se déroule conformément au plan. Le Groupe a au demeurant annoncé le 16 février 2017 son projet de transférer également la production d'articles culinaires, actuellement réalisée à São Bernardo, dans l'agglomération de São Paulo, vers le nouveau site d'Itatiaia avec le même objectif d'amélioration de la compétitivité.

En Colombie, après un 3<sup>e</sup> trimestre perturbé par les grèves des transporteurs durant l'été, les 3 derniers mois de l'année ont permis de renouer avec la croissance à parités constantes, dans un environnement général cependant moins tonique qu'auparavant. Parmi les contributeurs majeurs à la performance, on citera notamment les blenders (Infini Force), les autocuiseurs et les ustensiles de cuisine, alors que l'activité ventilateurs a été pénalisée par une météorologie défavorable. Enfin, 2016 a été pour le Groupe une bonne année en Argentine, dans un contexte de changements politiques et réglementaires importants.

## ASIE

### CHINE

Dans un marché du petit équipement domestique dont le développement reste principalement tiré par les ventes sur internet, le 4<sup>e</sup> trimestre a permis à Supor de confirmer ses excellentes performances, avec une croissance organique des ventes qui a dépassé 17 %. Cette progression est nourrie par l'ensemble des catégories en articles et ustensiles culinaires (woks, autocuiseurs, poêles et casseroles, bouteilles isothermes...) et par toutes les familles de petit électro-culinaire (cuiseurs à riz, autocuiseurs électriques, bouilloires, blenders à grande vitesse...) à l'exception des extracteurs de lait de soja, dont le marché est en forte baisse. Parallèlement, quoique encore mineures dans l'activité de Supor, les ventes de purificateurs d'air, d'aspirateurs, de fers et de défroisseurs ont initié une dynamique prometteuse.

Comme en 2015, les facteurs de développement ont été une forte dynamique produits - fondée sur l'innovation -, la poursuite de l'expansion territoriale avec de nouveaux gains de points de vente et des investissements publicitaires et marketing renforcés, tant dans la distribution physique qu'en e-commerce.





## AUTRES PAYS D'ASIE

Dans cette partie du monde, l'activité du Groupe a été robuste tout au long de l'exercice, portée par de belles performances dans les grands marchés matures, qui ont plus que compensé les retraits dans quelques pays émergents. Après un 3<sup>e</sup> trimestre tonique, la fin de l'année est restée sur un rythme de croissance solide. Au Japon, les ventes 2016 ont progressé de façon soutenue. Le 4<sup>e</sup> trimestre s'est déroulé dans un climat de consommation moins porteur mais l'avance prise en articles culinaires et en bouilloires, de même que le déploiement des modèles de défroisseurs ainsi que le lancement du multicuiseur à pression Cook4me ont assuré un renforcement de nos positions sur les segments de marché concernés. En Corée, malgré un contexte général délicat récemment, le Groupe a réalisé une très belle année, avec des progressions solides dans la quasi-totalité des familles de produits, capitalisant sur le transfert de la marque Rowenta vers la marque Tefal et renforçant ses investissements en moyens moteurs. Par ailleurs, les performances ont été très satisfaisantes en Australie, avec une forte dynamique en fin d'année, portée par les articles culinaires, Cook4me et le repassage (fers et défroisseurs). Enfin, le 4<sup>e</sup> trimestre a apporté un retournement de tendance en Thaïlande, où la consommation a repris des couleurs, et au Vietnam où la saison de ventilateurs a été globalement bonne.

## RESULTAT OPERATIONNEL D'ACTIVITE

Le Groupe a réalisé en 2016 un Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) record de 505 M€, en croissance de 18 % par rapport à 2015. A l'instar de 2015, il s'entend après un effet négatif très important des parités, de 122 M€, comme anticipé, qui est issu de nombreuses devises : dollar, rouble, livre turque, monnaies d'Amérique Latine, livre sterling et plus récemment, la livre égyptienne. A périmètre et taux de change constants, le ROPA 2016 s'élève à 631 M€ et progresse de 47 %, sur la base des facteurs suivants :

- un effet volume positif de 69 M€, lié à la croissance organique de 6,1 % des ventes ;
- un effet mix-prix positif de 142 M€, lié à la fois aux hausses de prix mises en place et à la montée en gamme grâce à l'innovation ;
- des gains de 69 M€ provenant des achats (baisse des cours des matières premières, notamment) et des progrès de productivité ;
- un nouvel accroissement des investissements en moyens moteurs, qui progressent de 62 M€ par rapport à 2015, en particulier en marketing opérationnel (activation en magasin et en ligne, merchandising, promotions, PLV, etc.) ;
- un strict contrôle des coûts de fonctionnement.

Ces leviers ont permis au Groupe SEB de compenser très largement l'effet devises négatif sur le Résultat Opérationnel d'Activité qui atteint en 2016 un nouveau plus haut historique, à 505 M€, se traduisant par une marge opérationnelle de 10,1 %.

## RESULTAT D'EXPLOITATION ET RESULTAT NET

Le Résultat d'Exploitation 2016 s'élève à 426 M€, en croissance de 15 %.

A 37 M€, l'Intéressement et la Participation sont en augmentation de 5 M€ par rapport à 2015 du fait de la progression des résultats réalisés par les entités françaises en 2016.

Les Autres produits et charges s'établissent pour leur part à - 42 M€ sur l'exercice, contre - 25 M€ en 2015. Deux postes expliquent principalement cet accroissement de charges :

- des coûts liés à la réorganisation industrielle mise en œuvre au Brésil avec le transfert progressif de la production de petit électroménager de l'usine historique de São Paulo, qui sera fermée, vers le nouveau site d'Itatiaia, dans l'état de Rio de Janeiro ;
- des frais d'acquisitions et de consulting ainsi que des taxes liés aux acquisitions d'EMSA et de WMF en 2016, pour une quinzaine de millions d'euros.

A - 58 M€, le Résultat financier s'alourdit de 10 M€ par rapport à 2015 du fait, notamment, du portage au 1er semestre de deux emprunts obligataires. L'augmentation de la dette, concomitamment à la finalisation de l'acquisition de WMF le 30 novembre, a eu un effet mineur sur les frais financiers en 2016. L'accroissement des autres charges financières provient en grande partie de commissions d'engagement dans le cadre de la mise en place du financement de WMF.

Le Résultat net part du Groupe atteint 259 M€, contre 206 M€ en 2015. Il s'entend après impôt, au taux de 21 %, en net repli par rapport aux 25,5 % de 2015 grâce à l'utilisation de déficits fiscaux antérieurs aux Etats-Unis. Il s'entend aussi après élimination de la part des minoritaires de Supor dans les résultats pour 32 M€.

## BILAN / STRUCTURE FINANCIERE AU 31 DECEMBRE 2016

A fin 2016, le bilan du Groupe SEB intègre les acquisitions réalisées en cours d'année, et notamment EMSA et WMF.

Dans cette nouvelle configuration, les capitaux propres du Groupe s'établissent à 1 836 M€ et ne sont pas impactés par les acquisitions d'EMSA et WMF, mais sont minorés par la montée au capital de Supor. L'acquisition de WMF vient cependant augmenter l'actif immobilisé, notamment à travers la prise en compte d'un goodwill provisoire -avant réévaluation des actifs (marques essentiellement) et passifs -s'élevant à 1 283 M€.

L'endettement financier net au 31 décembre 2016 s'élève à 2 019 M€, comprenant le financement par dette des acquisitions et notamment de WMF, pour 1 655 M€ sur la base d'une valeur d'entreprise de 1 585 M€ à laquelle se sont ajoutés 70 M€ versés au vendeur en compensation de la conservation par le Groupe SEB des résultats de WMF dès le 1er janvier 2016. Suite à cette acquisition, le bilan du Groupe au 31 décembre reste très sain : le ratio dette nette / fonds propres s'établit à 110 % ; le ratio dette nette/EBITDA proforma ajusté, à 2,81 x, reste inférieur à 3, comme indiqué initialement.

Sur la base du seul périmètre « SEB », le Groupe a dégagé une trésorerie d'exploitation exceptionnelle, de 452 M€, reflétant de nouveaux progrès sur le besoin en fonds de roulement, qui s'établit à 18,4 % des ventes, contre 21 % à fin 2015.





Mieux Vivre

Communiqué de presse ●

## DIVIDENDE

Compte tenu des excellentes performances du Groupe en 2016, le Conseil d'Administration, dans sa séance du 17 février 2017, a décidé de proposer à l'Assemblée Générale du 11 mai prochain de distribuer, au titre de l'exercice 2016, un dividende de 1,72 € par action, en croissance de 11,7 %. Pour les actionnaires détenteurs d'actions depuis plus de 2 ans, ce dividende sera majoré d'une prime de fidélité de 10 % portant le dividende à 1,89 € (pour les détentions inférieures à 0,5 % du capital).

La date de détachement du coupon de l'action est fixée au 16 mai 2017 et celle du paiement du dividende au 18 mai 2017.

9

## EVENEMENTS POSTERIEURS A LA CLOTURE

### Projet de création à Ecully d'un pôle Innovation pour l'activité de Petit Electroménager

Dans la continuité de la création, il y a 18 mois, de la Direction Produits et Innovation, le Groupe a décidé de réunir sur le site de son siège mondial à Ecully les équipes Marketing et Recherche de l'Electrique Culinaire, aujourd'hui localisées à Selongey, avec celles du Soin de la Maison et de la Personne. L'objectif est d'accélérer le développement et le lancement des nouveaux produits électriques.

L'installation des équipes se fera progressivement à partir de l'été 2017.

### Poursuite de la réorganisation industrielle au Brésil

Groupe SEB Brésil a annoncé le 16 février 2017 sa décision de transférer la production d'articles culinaires réalisée sur le site de São Bernardo (agglomération de São Paulo) vers le nouveau site d'Itatiaia (état de Rio de Janeiro), dont l'exploitation, industrielle et logistique, a commencé il y a quelques mois. Ce projet de transfert d'activité fait suite à celui de la production de petit électroménager engagé depuis novembre 2016 qui graduellement passe de l'usine historique de Mooca, au cœur de São Paulo, vers Itatiaia. Le transfert de l'activité de l'usine de São Bernardo, qui toucherait environ 170 personnes, devrait s'effectuer à partir de juillet 2017.



Mieux Vivre

Communiqué de presse ●

## PERSPECTIVES 2017

2016 a donc été une excellente année pour le Groupe SEB.

Pour WMF, 2016 s'est très bien déroulée pour le café professionnel et l'équipement hôtelier, mais l'activité « Consumer » en Allemagne a été impactée par une importante réorganisation logistique, avec des effets pénalisants sur les ventes et la rentabilité. Dans ce contexte, WMF a réalisé une croissance de son chiffre d'affaires de 4,2 % et un EBITDA ajusté de 128 M€, en progression de 8,5 % par rapport à 2015.

2017 sera une année de changement de dimension pour le Groupe SEB avec l'intégration, à partir du 1<sup>er</sup> janvier, de WMF.

Dans un environnement économique et monétaire toujours incertain, le Groupe vise une nouvelle croissance organique de ses ventes et une nouvelle progression de son Résultat Opérationnel d'Activité, tant sur son périmètre 2016 que dans sa nouvelle configuration. Le Groupe confirme en outre que la consolidation de WMF devrait être relative de plus de 20 % - avant impact de l'allocation du prix d'acquisition\* - sur le bénéfice net par action dès 2017.

*\* en particulier réévaluation des stocks qui viendra exceptionnellement minorer de 14 M€ les résultats publiés en 2017 et éventuel amortissement d'actifs incorporels.*



Mieux Vivre

Communiqué de presse ●

## COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions €)	31/12/2016	31/12/2015	31/12/2014
Produits des activités ordinaires	4 999,7	4 769,7	4 253,1
Frais opérationnels	(4 494,5)	(4 341,7)	(3 885,1)
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ</b>	<b>505,2</b>	<b>428,0</b>	<b>368,0</b>
Intéressement et participation	(36,7)	(31,4)	(33,3)
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT</b>	<b>468,5</b>	<b>396,6</b>	<b>334,7</b>
Autres produits et charges d'exploitation	(42,2)	(25,3)	(21,0)
<b>RÉSULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>426,3</b>	<b>371,3</b>	<b>313,7</b>
Coût de l'endettement financier	(29,8)	(27,5)	(31,2)
Autres produits et charges financiers	(28,2)	(20,3)	(17,8)
Résultat des entreprises associées			
<b>RÉSULTAT AVANT IMPÔT</b>	<b>368,3</b>	<b>323,5</b>	<b>264,7</b>
Impôt sur les résultats	(77,7)	(82,4)	(71,2)
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>290,8</b>	<b>241,1</b>	<b>193,5</b>
Part des minoritaires	(32,2)	(35,2)	(23,6)
<b>RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.</b>	<b>258,6</b>	<b>205,9</b>	<b>170,0</b>
<b>RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A. PAR ACTION</b> (en unités)			
Résultat net de base par action	5,20	4,20	3,49
Résultat net dilué par action	5,15	4,14	3,45



## BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF (en millions €)	31/12/2016	31/12/2015	31/12/2014
Goodwill	1 847,0	544,9	512,1
Autres immobilisations incorporelles	720,0	485,0	464,1
Immobilisations corporelles	807,7	596,5	587,1
Participations dans les entreprises associées	11,1		
Autres participations	18,0	16,7	16,0
Autres actifs financiers non courants	13,3	10,4	13,9
Impôts différés	71,1	50,3	34,9
Autres créances non courantes	13,3	23,6	5,9
Instruments dérivés actifs non courants	0,5	5,0	8,5
<b>ACTIFS NON COURANTS</b>	<b>3 502,0</b>	<b>1 732,4</b>	<b>1 642,5</b>
Stocks et en-cours	1 076,3	820,9	822,8
Clients	1 060,1	886,0	768,3
Autres créances courantes	100,6	90,2	137,8
Impôt courant	59,6	44,5	35,0
Instruments dérivés actifs courants	50,6	45,9	50,9
Autres placements financiers	204,6	244,5	172,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	414,5	770,8	341,4
<b>ACTIFS COURANTS</b>	<b>2 966,3</b>	<b>2 902,8</b>	<b>2 328,7</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>6 468,3</b>	<b>4 635,2</b>	<b>3 971,2</b>
PASSIF (en millions €)	31/12/2016	31/12/2015	31/12/2014
Capital	50,2	50,2	50,2
Réserves consolidées	1 677,6	1 728,6	1 579,9
Actions propres	(56,8)	(71,2)	(79,0)
<b>Capitaux propres Groupe</b>	<b>1 671,0</b>	<b>1 707,6</b>	<b>1 551,0</b>
<b>Intérêts minoritaires</b>	<b>165,2</b>	<b>200,1</b>	<b>173,5</b>
<b>CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ</b>	<b>1 836,2</b>	<b>1 907,7</b>	<b>1 724,5</b>
Impôts différés	111,4	70,1	65,3
Provisions non courantes	378,7	185,8	192,9
Dettes financières non courantes	1 553,6	707,0	576,9
Autres passifs non courants	45,7	41,7	38,4
Instruments dérivés passifs non courants	10,5	3,5	1,9
<b>PASSIFS NON COURANTS</b>	<b>2 099,9</b>	<b>1 008,1</b>	<b>875,4</b>
Provisions courantes	102,5	61,0	55,6
Fournisseurs	911,7	695,2	637,3
Autres passifs courants	380,0	291,6	260,3
Impôt exigible	42,3	31,5	20,8
Instruments dérivés passifs courants	23,0	16,6	8,2
Dettes financières courantes	1 072,7	623,5	389,1
<b>PASSIFS COURANTS</b>	<b>2 532,2</b>	<b>1 719,4</b>	<b>1 371,3</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>6 468,3</b>	<b>4 635,2</b>	<b>3 971,2</b>



Mieux Vivre

## **ANNEXE – COMPTE DE RESULTAT 2016 PROFORMA, AVEC WMF**

<i>(en millions €)</i>	<b>Groupe SEB Publié</b>	<b>Proforma WMF 2016</b>	<b>Proforma Groupe SEB + WMF*</b>
Produits des activités ordinaires	5 000	1 100	6 095
Frais opérationnels	(4 495)	(1 006)	(5 496)
EBITDA ajusté	591	128	719
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL D'ACTIVITÉ	505	94	599
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	426	78	504
RÉSULTAT NET REVENANT À SEB S.A.	259	45	305

### **Commentaires sur le compte de résultat 2016 proforma Groupe SEB + WMF**

La finalisation de l'acquisition de WMF est intervenue le 30 novembre 2016 et le Groupe consolidera WMF à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2017.

Il a cependant été établi un compte de résultat 2016 proforma Groupe SEB + WMF, qui normalise différents éléments de l'exercice (par exemple, les coûts de financement) et élimine les transactions intercompagnies pour donner une vue globale des grands indicateurs financiers du Groupe dans sa nouvelle configuration.

Ce compte de résultat 2016 proforma Groupe SEB + WMF fait ressortir, entre autres :

- un chiffre d'affaires de 6 095 M€, incluant des ventes de WMF de 1 100 M€, en croissance de 4,2 % par rapport à 2015.
- un EBITDA ajusté de 719 M€, intégrant une contribution proforma de WMF de 128 M€, en croissance de 8,5 % par rapport à 2015 mais inférieure aux estimations du fait d'une activité « Consumer » fortement impactée par la réorganisation logistique mise en œuvre pendant l'exercice. Celle-ci s'est également traduite par des coûts exceptionnels comptabilisés dans le Résultat d'Exploitation. Les deux nouveaux entrepôts mis en place sont aujourd'hui pleinement opérationnels.
- un Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) de 599 M€, intégrant un ROPA de WMF de 94 M€.
- un Résultat Net s'élevant à 305 M€, incluant une contribution de WMF de 45 M€.

*\* Ces comptes proforma s'entendent après élimination des transactions inter-compagnies et avant impact de l'allocation du prix d'acquisition (en particulier réévaluation des stocks -qui viendra exceptionnellement minorer de 14 M€ les résultats publiés en 2017- et éventuel amortissement d'actifs incorporels).*

### **A taux de change et périmètre constants (à tcpc) - Organique**

Les montants et les taux de croissance à taux de change et périmètre constants (ou organiques) de l'année N par rapport à l'année N-1 sont calculés :

- en utilisant les taux de change moyens de l'année N-1 sur la période considérée (année, semestre, trimestres) ;
- sur la base du périmètre de consolidation de l'année N-1.

Cette pratique concerne essentiellement les ventes et le Résultat Opérationnel d'Activité.

### **Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA)**

Le Résultat Opérationnel d'Activité (ROPA) est le principal indicateur de performance du Groupe SEB. Il correspond aux ventes diminuées des frais opérationnels, à savoir, du coût des ventes, des frais d'innovation (R&D, marketing stratégique, design), de la publicité, de marketing opérationnel et des frais commerciaux et administratifs. L'intéressement et la participation, ainsi que les autres produits et charges d'exploitation non courants en sont exclus.

### **EBITDA ajusté**

L'EBITDA ajusté correspond au Résultat Opérationnel d'Activité diminué de l'intéressement et de la participation, auquel on ajoute les amortissements et les dépréciations opérationnels.

### **Endettement financier net (ou dette financière nette)**

Sous cette terminologie, on entend l'ensemble des dettes financières courantes et non courantes diminuées de la trésorerie et des équivalents de trésorerie ainsi que des instruments dérivés liés au financement du Groupe qui ont une échéance inférieure à un an et sont cessibles facilement. L'endettement financier net s'entend également après d'éventuels placements financiers à court terme sans risque de changement de valeur significatif mais dont l'échéance à la date de souscription est supérieure à 3 mois.

### **Trésorerie d'exploitation**

La trésorerie d'exploitation correspond à la « trésorerie provenant de l'exploitation » telle que présentée dans le tableau des flux de trésorerie consolidés, retraitée des opérations non récurrentes ayant impacté l'endettement net du Groupe (par exemple, les restructurations décaissées) et après prise en compte des investissements récurrents (CAPEX).

*Ce communiqué de presse peut contenir des déclarations de nature prévisionnelle concernant l'activité, les résultats et la situation financière du Groupe SEB. Ces anticipations s'appuient sur des hypothèses qui semblent raisonnables à ce stade mais sont dépendantes de facteurs exogènes tels que l'évolution des cours des matières premières, des parités monétaires, de la conjoncture économique et de la demande dans les grands marchés du Groupe ou l'effet des lancements de nouveaux produits par la concurrence.*

*Du fait de ces incertitudes, le Groupe SEB ne peut être tenu responsable pour d'éventuels écarts par rapport à ses anticipations actuelles qui seraient liés à la survenance d'événements nouveaux ou d'évolutions non prévisibles.*

*Les facteurs pouvant influencer de façon significative les résultats économiques et financiers du Groupe SEB sont présentés dans le Rapport Financier Annuel et Document de Référence déposé chaque année à l'AMF. Le bilan et le compte de résultat inclus dans le présent communiqué de presse sont extraits des états financiers consolidés au 31 décembre 2016 audités par les Commissaires aux comptes et arrêtés par le Conseil d'Administration de SEB SA en date du 17 février 2017.*



Retrouvez le webcast de la présentation en direct sur notre site internet à 14h30 :

[www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com) ou [cliquez ici](#)

● **Prochains évènements** ●

**21 février**

Résultats de l'exercice 2016

**27 avril**

Ventes et infos financières T1 2017

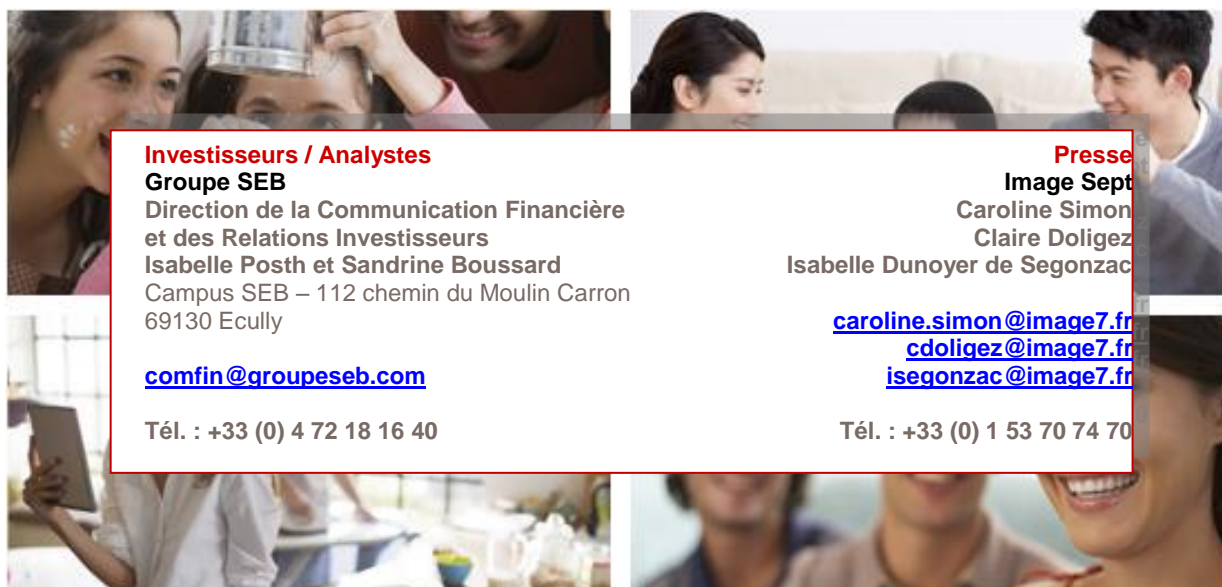
**11 mai**

Assemblée Générale

**26 juillet**

Résultats S1 2017

15



**Investisseurs / Analystes**  
**Groupe SEB**  
 Direction de la Communication Financière  
 et des Relations Investisseurs  
 Isabelle Posth et Sandrine Boussard  
 Campus SEB – 112 chemin du Moulin Carron  
 69130 Ecully

[comfin@groupeseb.com](mailto:comfin@groupeseb.com)

Tél. : +33 (0) 4 72 18 16 40

**Presse**  
**Image Sept**  
 Caroline Simon  
 Claire Doligez  
 Isabelle Dunoyer de Segonzac

[caroline.simon@image7.fr](mailto:caroline.simon@image7.fr)  
[cdoligez@image7.fr](mailto:cdoligez@image7.fr)  
[isegonzac@image7.fr](mailto:isegonzac@image7.fr)

Tél. : +33 (0) 1 53 70 74 70

Et retrouvez-nous aussi sur [www.groupeseb.com](http://www.groupeseb.com)



Leader mondial du Petit Equipement Domestique, le Groupe SEB déploie son activité dans près de 150 pays en s'appuyant sur un ensemble unique de marques de premier rang (Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups, Lagostina, All-Clad, Supor...), commercialisées à travers une distribution multi format. Vendant quelque 200 millions de produits par an, il met en œuvre une stratégie de long terme fondée sur l'innovation, le développement international, la compétitivité et le service au client. Au 31 décembre 2016, le Groupe SEB emploie environ 32 000 collaborateurs dans le monde.

**SEB SA**

SEB SA - N° RCS 300 349 636 RCS LYON – capital 50 169 049 € TVA intracommunautaire : FR 12300349636